

УДК. 332.142.4

## ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ У ПРОЦЕСІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУ БРЕНДИНГУ ТЕРИТОРІЇ

*А. А. Романова, аспірант, Чернігівський національний технологічний університет,  
romanova\_center@mail.ru*

**Методологія дослідження.** Результати отримані за рахунок застосування методів: абстракції – при визначенні сутності категорії «маркетингова інформаційна система»; аналізу й синтезу – при функціональному аналізі маркетингової інформаційної системи, а також при визначенні етапів збору інформації про маркетинговий потенціал території; системного підходу – при визначенні логіки взаємозв'язку між застосуванням різних видів маркетингових досліджень та побудові структури маркетингових досліджень для аналізу території.

**Результати.** Подано функціональний аналіз маркетингової інформаційної системи. Запропоновано модель застосування маркетингової інформаційної системи, до якої входить підсистема аналізу маркетингових рішень.

Розроблено стратегію аналізу маркетингового потенціалу території, яка складається з чотирьох основних етапів. На основі аналізу маркетингового потенціалу певна територія зараховується до того чи іншого із дев'яти запропонованих типів. Типологія локальної території здійснюється за чотирма ознаками: 1) ефективність використання наявних ресурсів; 2) статус території; 3) рівень маркетингового потенціалу; 4) рівень витрат на реалізацію маркетингового потенціалу.

Сформовано структуру маркетингових досліджень, яку доцільно використовувати при аналізі маркетингового потенціалу українських територій.

**Новизна.** Уточнено сутність категорії «маркетингова інформаційна система». Розроблено теоретичні засади та обґрунтовано доцільність використання інформаційної маркетингової системи для створення стратегії брендингу території. Обґрунтовано, що збір інформації про територію має відбуватися за допомогою побудови маркетингової інформаційної системи. Запропоновано та охарактеризовано основні етапи аналізу маркетингового потенціалу території.

**Практична значущість.** Розроблено поетапну структуру маркетингових досліджень, яку доцільно застосувати для аналізу потенціалу території при створенні стратегії брендингу територій України. Запропоновано чіткий алгоритм функціонування маркетингової системи та взаємозв'язку кожного з проведених маркетингових досліджень.

**Ключові слова:** брендинг території, маркетингова інформаційна система, маркетингові дослідження, маркетингова розвідка, територіальний бенчмаркінг, фокус-група, особисте інтерв'ю, SWOT-аналіз.

#### Література

1. Kotler Ph. Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations. New York : Free Pr. 1993. – 388 p.
2. Визгалов Д. В. Маркетинг города / Д. В. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2008. – 110 с.  
Vizgalov D. V. *Marketing goroda* [Marketing of the city] / D. V. Vizgalov. – М. : Institut ekonomiki goroda, 2008. – 110 p.
3. Жердева О. В. Методы и приемы маркетингового анализа территории // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – № 2 (62). – С. 110–119.  
Zherdeva O. V. *Metody i priyemy marketingovogo analiza territorii* [Methods and techniques of marketing analysis of the territory] // Marketing i marketingovyye issledovaniya. – 2006. – № 2 (62). – P. 110–119.
4. Князева И. В. Маркетинг территорий: курс лекций / И. В. Князева, Е. В. Шевцова. – Новосибирск : СибАГС, 2007. – 200 с.  
Knyazeva I. V. *Marketing territoriy: kurs lektsiy* [Marketing area: lectures] / I. V. Knyazeva, Ye. Shevtsova. – Novosibirsk : SibAGS, 2007. – 200 p.
5. Лавров А. М. Региональный маркетинг и тенденции его развития / А. М. Лавров, В. С. Сурнин. – Реформирование экономики: региональные аспекты. – Кемерово : Кузбассвузиздат, 2008. – 146 с.  
Lavrov A. M. *Regionalnyu marketing i tendentsii yego razvitiya* [Regional marketing and development trends] / A. M. Lavrov, V. S. Surmin. – Reformirovaniye ekonomiki: regionalnyye aspekty. – Kemerovo : Kuzbassvuzizdat, 2008. – 146 p.
6. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий / А. П. Панкрухин. – [2-е изд.]. – СПб. : Питер, 2006. – 416 с.  
Pankrukhin A. P. *Marketing territoriy* [Destination marketing] / A. P. Pankrukhin. – [2-ye izd.]. – SPb. : Piter, 2006. – 416 p.
7. Попов А. В. О понятии Place branding (брендинг территориальных образований) // Материалы II Регион. науч.-практ. конф. «Географическое изучение территориальных систем» / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2008. – С.24–27.  
Popov A. *O ponyatii «Place branding»* (branding territorialnykh obrazovaniy) [The concept of place branding (destination branding)] // Materialy II Region. nauch.- prakt. konf. «Geograficheskoye izucheniye territorialnykh sistem» / Perm. gos. un-t. Perm', 2008. – P.24–27.
8. Савинов Г. Г. Стратегическое маркетинговое планирование / Г. Г. Савинов // Особенности стратегического планирования развития городов в постсоветских странах. – СПб. : МЦСЭ «Леонтьевский центр», 2007. – 233 с.  
Savinov G. G. *Strategicheskoye marketingovoye planirovaniye* [Strategic Marketing Planning] / G. G. Savinov // Osobennosti strategicheskogo planirovaniya razvitiya gorodov v postsovetskikh stranakh. – SPb. : MTSSE «Leont'yevskiy tsentr», 2007. – 233 p.

9. Сачук Т. В. Территориальный маркетинг / Т. В Сачук. – СПб. : Питер, 2009. – 368 с.  
Sachuk T. V. *Territorial'nyu marketing* [Territorial marketing] / T. V. Sachuk. – SPb. : Piter, 2009. – 368 p.
10. Анхольт С. Брендинг: дорога к мировому рынку / С. Анхолт. – М. : Кудиц-Образ, 2004. – 272 с.  
Ankhol't S. *Brending: doroga k mirovomu rynku* [Branding: the road to the world market] / S. Ankholt. – М. : Kudits-Obraz, 2004. – 272 p.
11. Marketing\_intelligence [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://en.wikipedia.org/wiki/Marketing\\_intelligence](http://en.wikipedia.org/wiki/Marketing_intelligence)
12. Spendolini, Michael J. The Benchmarking Book. – New York : Amacom Books, 1992. – 256 p.
13. Фокус-группа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Фокус-группа>  
*Fokus-grupa* [Focus grupa]. – URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Fokus-grupa>
14. SWOT – аналіз [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uk.wikipedia.org/wiki/SWOT-аналіз>  
*SWOT – analiz* [SWOT analysis] – URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/SWOT-аналіз>